

## **Сетевая организация общества: архитекторы и их глобальный проект**

Предпринимая попытку анализа изменений социальной структуры и процессов, происходящих в современном западноевропейском обществе, осмысливая глобализационные тенденции, воздействующие не только на отдельные элементы, но на всю систему общественных отношений, трудно обойти стороной тот факт, что описываемые в подавляющем большинстве современных социогуманитарных работ явления (процессы сверхмобильного передвижения по социальным системам, тотальной потенциальной достижимости целей и индивидов, преодоления физического пространства, генерирования все новых возможностей и др.) относятся к весьма ограниченному числу людей, к так называемому «четвертому классу», интеллектуальной элите, образующей сетевые сообщества. Подавляющая часть людей испытывает влияние этих явлений и процессов лишь опосредованно, как зрители, участвующие в продуманном кем-то хепенинге. Большей части населения России в силу культурно-исторических и социальных особенностей они зачастую просто недоступны. Повседневная жизнь людей протекает в рамках инертной части общества, испытывающей и пассивно воспринимающей решения и образы, инициированные элитами. Эти элиты, интегрированные в сетевые системы высшего уровня, выступают своего рода архитекторами образов и матриц поведения. В этой статье мы бы хотели рассмотреть влияние сетевых систем и инициированных ими процессов на повседневность людей, не входящих в микросети элит, людей, не имеющих доступ к

081355617

определенной информации и поэтому исключенных из числа организаторов происходящего хепенинга, людей-наблюдателей.

Сеть представляет собой открытую систему взаимосвязанных узлов, не привязанную к физическому пространству и стремящуюся к постоянному расширению своей системы ссылок. Узлы (термин Б. Уэллмана) в сети формируются не только как конечные пункты в процессе коммуникации, но и как ключевые точки и места пересечений социальности, коммутаторы или маршрутизаторы потоков информации. Узлы – это источники движения, они представляют собой своего рода двигатели и выступают в причинно-следственном ряду в качестве субъектов, порождающих социальные действия. То есть в качестве узлов могут выступать как индивиды, так и социально значимые события, порождающие общественный отклик, хранилища информации, форумы и т.д.. В работе «Информационная эпоха: экономика, общество, культура» М. Кастельс в качестве единицы современного сообщества выделяет сеть. Сеть, по версии М. Кастельса, предстает индивидуализированной системой, достигающей поставленных целей за счет корреспондентной связности элементов. В его трактовке эта социальная единица является более открытой и наиболее адекватной для реализации демократических принципов по сравнению с обществом, построенном по принципу иерархий и достаточно автономных групп. Индивид, действующий в рамках сетевой системы, не ограничен рамками группы, будучи связанным с множеством другими социальными агентами.

Однако подобная точка зрения может быть оспорена. Формы организации сообщества по принципу сети, актуализирующиеся через коммуникацию, базирующиеся на постоянной циркуляции и обращении информации, функционирующие через работу по

проектированию все новых возможностей, – системы, организующие жизнь в верхушке общества. Сети же более низкого уровня, интеграция в которые не требует специальных способностей, квалификации и доступа к определенным образом закодированной информации, гораздо менее выражены, их влияние на повседневность их членов проявляется в меньшей степени. Здесь сетевая социальность может быть описана лишь как зарождающееся явление, тесно взаимодействующее с традиционной укорененностью в физическом пространстве и традиционным автономным сообществом, образованным в том числе и на базе пространственной близости. Условно социальную группу, образующую сети низкого уровня, можно назвать консьюмтариатом. «Низший класс, существование которого нетократия отрицает столь же утопическим образом, как буржуазия отрицала существование в качестве низшего класса пролетариата, представлен консьюмтариатом (от англ. *consumer proletariat* – пролетариат потребителей). В состав этого же класса фактически попадают и капиталисты, занятые традиционным производством-распределением» [2]. Ключевая характеристика консьюмтариата – отсутствие доступа к созданию новых образов, готовых получить общественную жизнь. Сюда входят индивиды, не имеющие доступ к сетям, в которые интегрированы так называемые «проектировщики» глобального хепенинга. Даже будучи интегрированными в социальные сети, эти индивиды переживают заданные извне образы. Таким образом, сетевой принцип организации процессов, хотя и претендует на максимальное расширение базы элементов, входящих в состав сети, однако каждый такой элемент должен удовлетворять определенному критерию релевантности. Этот критерий и выступает в качестве одной из

преград для тотальной интеграции всех людей в систему, в которой имеет место открытый доступ к информации.

Сети не представляются также и более демократичным образованием. Демократия всегда требует времени: времени для обсуждения и нахождения оптимального решения. Решения в сети принимаются мгновенно и, благодаря тотальной взаимосвязанности элементов, имеют огромные масштабы влияния.

Влияние, которое оказывают члены сетей высшего ранга на потребителей, позволяет говорить о соотношении этих социальных групп как соотношении архитектора и его проекта. Столь заметные и масштабные тенденции, инициированные деятельностью сетевого сообщества информационной элиты, строят свой проект – зрителя, объектом потребления которого становятся ими же выработанные возможности. Таким образом, потребитель – это не только однажды сконструированный архитекторами проект, но постоянно ими также и вскармливаемый и воспроизводимый.

Говоря о различении архитекторов и потребителей, не стоит забывать, что подобное разведение понятий – лишь аналитическое построение. В этой связи надо отметить, что и член сетей архитекторов, в свою очередь, в некотором смысле является потребителем, потребителем смыслов, выработанных другими, теми, кто является архитектором по отношению к нему. Это объясняется тем, что можно выделить различные фрагменты глобальной сети, которая включает в себя взаимосвязанных индивидов и других социальных агентов. Каждый такой фрагмент будет удовлетворять определенную потребность, описывая лишь какую-то часть реальности. Именно в силу неполноты каждого сетевого образования элиты сетей определенного типа являются потребителями в сетях, образованных на основании иного критерия.

Как влияют масштабные и всеохватывающие процессы, порожденные сетями-архитекторами, на сети более низкого уровня?

Повседневность любого индивида соотносится со смысловой системой, динамичной и постоянно перестраиваемой. Для того чтобы ориентироваться в социальном пространстве, определять себе цели и искать средства их воплощения, коммуницировать с окружающей действительностью, необходимо иметь свою схему этой самой действительности. Сегодня смыслы, произведенные медиа-индустрией, составляют основу системы релевантностей и интерпретаций для большинства жителей городов. Готовые бренды, новости дают человеку возможность удовлетворить необходимость в смыслах, без собственного напряжения и усилия построить объяснение окружающего мира или самообъяснение. Монолог средств массовой информации конституирует мировоззрение потребителя. Артикулируя какие-либо проблемы или события, СМИ заполняет мышление зрителя (читателя, слушателя и т.д.) простыми матрицами, готовыми в схожей ситуации дать определенную объяснительную схему происходящего, СМИ в этом смысле выполняют стереотипизирующую функцию. Но важно понимать, что, во-первых, использование подобных грубых схем, непривычка и неспособность анализировать актуальную ситуацию, не подводя её под известную матрицу, ведет в итоге к слабой интеллектуальной активности в среде социальной группы консьюмтариата. Во-вторых, современные технологии дали возможностям средствам массовой информации лишить потребителя необходимости обрабатывать воспринятое, формировать собственную точку зрения, прилагать усилия, а значит и действовать. Общество заражается известной долей инертности. Единственный выбор, который совершается консьюмтариатом ежедневно, – выбор источника обновлений,

источника новостей. В этом выборе потребитель находит для себя определенную иллюзию действия и собственной свободы воли. Безразличие, осознание бесперспективности и безысходности успешно культивируются в зрителе.

Позиция зрителя – наиболее знакомая и частая занимаемая потребителем. Новости, телевизор, интернет – всё это создает **иллюзию** включенности в глобальные мировые процессы. Театрализованная гласность, особенно в условиях российского общества, создает виртуальную, но не актуальную возможность быть «в центре событий», «в курсе вещей». Здесь можно выделить два проблемных момента. Во-первых, фактическое бессилие потребителя, невозможность повлиять на происходящие процессы, обезличенность власти и источников происходящего приводят в итоге к так называемым «контртенденциям»: противодействиям развитию и происходящим изменениям [2]. Однако эти бунты и несогласия с актуальностью не переходят принципиальных границ и всегда являются лишь выражением слабого и не способного выбраться из запутанных структур современности индивида. Не являясь действующей силой, они лишь поддерживают иллюзию демократии. Будучи оформленными в рамки воспринятых матриц, эти «контртенденции» не дают возможности реального действия. Во-вторых, стоит усомниться, насколько необходима столь высокая скорость обновления новостной информации и столь интенсивное информационное потребление? Скорость обретения новинок – один из способов иерархизации потребителей, объясняющийся мнимой близостью к сетям-архитекторам. Это еще один способ поддержания иллюзии потребителя, иллюзии о том, что он причастен к происходящему в мире.

Отдельно стоит оговорить отношение к созданным образам и матрицам как со стороны архитекторов, так и со стороны потребителей. Фрагментарность и принципиальная возможность быть переформулированным, связанная с бесконечной вариативностью применения и воплощения информации, выражаются также в постоянном переформулировании не только окружающего мира, но и себя, в постоянном перевоплощении. В связи с неохватным многообразием образов, которые можно воплощать, индивид перестает отождествлять себя с одним единственным образом или ролью, выполняемым им. Многофункциональность и вариативность порождают осознание ценности субъекта, ценности воплотителя этих образов. Нет Я настоящего, отличного от той личины, которой он является в тот или иной момент, есть Я как Я-в-этот-момент. Продукты подобного Я – образы, через которые Я актуализируется, – тоже объект потребления, тоже своеобразная матрица, которую усваивают окружающие.

Сети-архитекторы отличаются тем, что имеют реальную возможность «порождать новые возможности». Это обусловлено и доступом к спектру постоянно обновляющейся информации, и возможностью связи и коллективной проектной деятельности. Именно пространство сетей-архитекторов и является пространством неопределенности, потому как оно является пространством бесконечных возможностей и проектов. Потребители, в свою очередь, перерабатывают именно эти, уже готовые, только что выработанные архитекторами новые возможности. Обусловленные статусом и привязанные к своему месту, потребители делают актуализацию новой возможности своей целью. Таким образом, здесь мы видим принципиальную разницу: неопределенность и бесцельность, проектность и импровизация как ключевые принципы

жизнедеятельности в сетях-архитекторах с одной стороны; определенность и прогнозируемость, четкость и ясность в сетях потребителей – с другой.

Отличной иллюстрацией высказанному тезису выступает явление экзотики, столь активно используемое сегодня в средствах масс-медиа. Экзотика – то, что не вписывается в систему достижимостей повседневности. Но уверенность в осуществимости любой цели и воплощаемости любого проекта не позволяет вписать понятие «экзотика» в смысловую схему сетей архитекторов. Для людей, формирующих смысловое пространство, нет деления на привычное и иное, на своих и чужих. Мир предстает разнообразием достижимых целей; основная трудность – в выборе средств и организации проекта воплощения. Отсюда, однако, отмечается принципиально другое отношение к миру. Важно то, что, не принимая значения «экзотики» для своего мироотношения, архитекторы моделируют и развивают это понятие для общего пользования, для общей системы смыслов, для потребителей. Экзотика намеренно связывается с принципиально Иным, с Другим, с Новым. Экзотика предлагается только потребителю, тому, кто реально не имеет возможности достичь любой поставленной цели. Архитекторы производят объекты удивления как желаемые объекты для потребления. Экзотика конституируется как предмет желания, как способ выделиться и компенсировать свою вовлеченность в потребительскую сеть.

Все это ставит вопрос о социальном неравенстве, об этической стороне подобного разделения общества. Общество, построенное на иерархии сетей, доступ к которым базируется на стремлении человека обладать доступом к информации и его собственных способностях, достаточно противоречиво. С одной стороны,



номинально оно открывает путь для свободного движения по лестнице сетей. Самообразование, стремление к постоянному развитию своих возможностей и умению найти им применение – ключевые навыки, необходимые для выживания сегодня. С другой стороны, фактически подобная организация блокирует движение для людей, не обладающих необходимыми и «полезными» качествами. Вряд ли есть четкий ответ на вопрос о справедливом способе организации подобного общества, однако важно подчеркнуть явную необходимость ведения дискуссий в этой области.

#### Список литературы:

1. Кастельс М. «Информационная эпоха: экономика, общество, культура». URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php) (дата обращения 01.02.2010).
2. Зуев А.Г., Мясникова Л.А.«Нетократия». URL: <http://compucity.narod.ru/netocratia.htm> (дата обращения 01.02.2010).
3. Неклесса А.И. Люди Воздуха, или Кто строит мир?. URL: [http://www.intelros.org/books/ludi\\_vozd\\_2.htm](http://www.intelros.org/books/ludi_vozd_2.htm) (дата обращения 01.02.2010).
4. Бауман З. Индивидуализированное общество. М., 2002.
5. Wellman B. Social Network Analysis: an Introduction. URL: <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/newbies/newbies.pdf> (дата обращения 01.02.2010).